LICENCIATURA EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

ASIGNATURA: ECONOMIA DE EMPRESA I   CURSO: 1º

LIBRO DE TEXTO: "ECONOMIA DE EMPRESA (INTRODUCCION)"
Eduardo PEREZ GOROSTEGUI

RELACION DE CAPITULOS Y EPIGRAFES DE LECTURA Y ESTUDIO

TEMA: LA EMPRESA

-. Cap.1 La Empresa, el Empresario y la Economía de la Empresa
Epígrafes: 1,2,3,4,5.3.,6

Iratxe Berriozabal Campillo

— LIBRO
— APUNTES.

1. CONCEPTO DE EMPRESA

En ella se plantean problemas tecnológicos, sociales, psicológicos, económicos, + de + diversa índole.
Algunos factores q. intervienen en su resolución son racionales + otros son irracionales, unos son objetivos + otros tienen carácter subjetivo.

LA REALIDAD DE LA EMPRESA ES MUY COMPLEJA → NO EXISTE UNA UNICA DEFINICION

Existen diversos tipos de empresas (bar, kutxa, G. Motors...), cada una de ellas a su vez utiliza un gran nº de elementos para desarrollar diversos tipos de actividades. (No todas las empresas pueden realizar todas las actividades).

Son muchos + muy variados los factores q. influyen en el funcionamiento de 1 empresa. (entorno)

EMPRESA: INTENTO DE UNA ACCION ARDUA Y DIFICULTOSA QUE SE COMIENZA CON RESOLUCION Y VALOR (lo cual implica valor + riesgo).
(Diccionario de la Real Academia Española)

I — sistema en el q. se coordinan factores de producción, financiación + marketing para obtener sus fines. La coordinación, realizada por la administración o la dirección de la empresa, es total / imprescindible para el funcionamiento de la empresa.

IV — La empresa es un SISTEMA (conjunto de elementos o subsistemas, interrelacionados entre sí + con el sistema global q. trata de alcanzar unos objetivos.

1º EMPRESA: ACCIÓN ARDUA QUE BUSCA UN OBJETIVO CON RIESGO

Dos tipos de acción: ① pensante (parte teórica, en papel), es el diseño de proyecto. No sólo es una actividad de directivos, sino de toda la empresa; ② ejecutante, para una empresa es necesario llevar a cabo el plan "pensado" + planteado.

Siempre, en 1 empresa habrá objetivos (beneficios, crear trabajo...). Conseguir estos objetivos nos permite alcanzar el objetivo mayor de 1 empresa: "SEGUIR FUNCIONANDO" + "ALCANZAR CON ELLO UNA CONSECUENCIA POSITIVA". (2º gran objetivo).

2º EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

Es muy importante para toda empresa mantener todos sus empleados: REUBICACIÓN → FIN A CONSEGUIR.

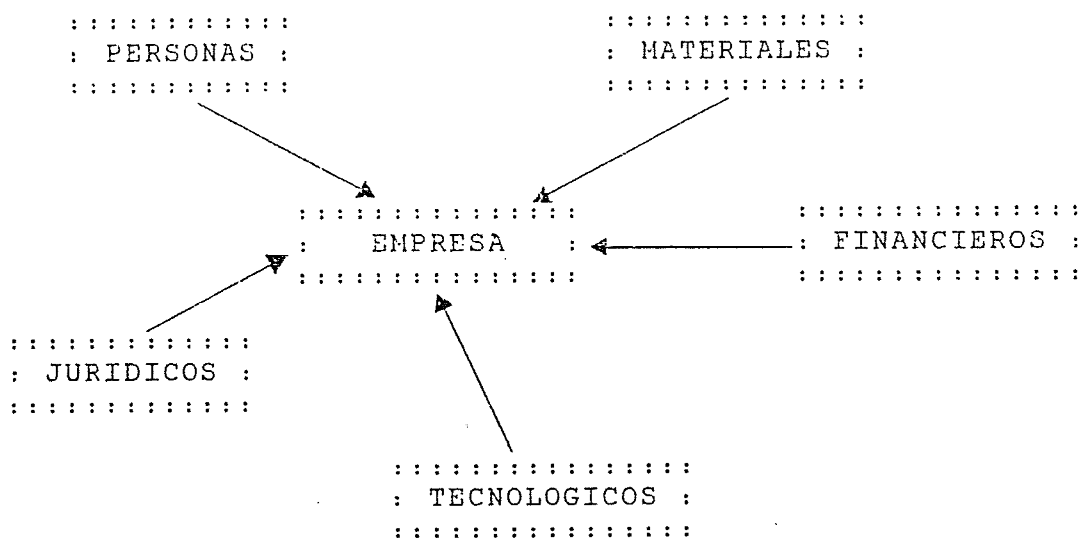
Para q. una empresa exista no es necesario maximizar los beneficios. (ganar la > cantidad), pero sí lo es SOBREVIVIR.

La empresa es una acción pensante + ejecutante con miras al futuro.

EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

1.1. VISION DESCRIPTIVA

EN LA EMPRESA SE DISTINGUEN UNA SERIE DE ELEMENTOS O COMPONENTES BASICOS:



EMPRESA: CONJUNTO DE PERSONAS, QUIENES UTILIZANDO UNOS MEDIOS MATERIALES Y FINANCIEROS, MEDIANTE LA APLICACION DE UNA TECNOLOGIA, DENTRO DE UN ORDENAMIENTO JURIDICO DETERMINADO, FABRICAN PRODUCTOS Y/O PRESTAN SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

1.2. VISION FUNCIONAL

FUNCION: CONJUNTO DE ACTIVIDADES, CON CARACTERISTICAS SIMILARES Y RELACIONADAS, QUE SE REALIZAN PARA ALCANZAR UNA PARTE DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA
(Henry Fayol)

CARACTERISTICAS DE FUNCION:
- FORMA UNA PARTE DE LA EMPRESA
- SE REALIZA PARA ALCANZAR UNA PARTE DE LOS OBJETIVOS
- SE CONSTITUYE NORMALMENTE POR UN GRUPO DE PERSONAS A LAS ORDENES DE UN MANDO

TIPOS BASICOS DE FUNCIONES:

1. TECNICA/PRODUCCION : ACTIVIDADES DESDE EL DISEÑO DE PRODUCTO HASTA EL CONTROL FINAL DE CALIDAD
2. COMERCIAL-APROVISIONAMIENTOS : ACTIVIDADES DE VENTA Y COMPRA
3. FINANCIERA : ACTIVIDADES DE MANEJO DEL DINERO A CORTO Y LARGO PLAZO
4. CONTABLE : ACTIVIDADES DE REGISTRO DE LOS HECHOS ECONOMICOS QUE AFECTAN AL PATRIMONIO DE LA EMPRESA
5. SOCIAL : ACTIVIDADES DE CONFIGURACION DEL GRUPO HUMANO DE LA EMPRESA
6. DIRECCION/ADMINISTRACION : ACTIVIDADES DE PLANIFICACION, ORGANIZACION, MANDO Y CONTROL DE LAS FUNCIONES ANTERIORES

EMPRESA: CONJUNTO DE LAS FUNCIONES Y DE SUS INTERRELACIONES CREADAS PARA LA OBTENCION DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

1.3. VISION COMO ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

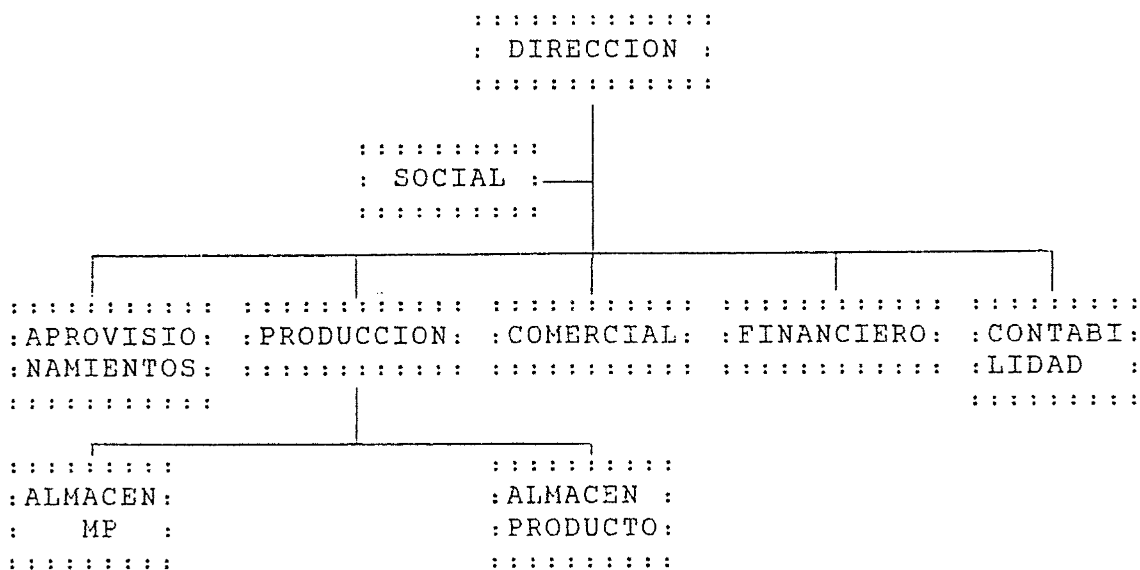
" NO TODAS LAS FUNCIONES SON IGUALMENTE IMPORTANTES "

- FUNCIONES PRINCIPALES
- FUNCIONES GENERALES
- FUNCIONES AUXILIARES
- FUNCIONES ESPECIALIZADAS

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA : CONJUNTO ORDENADO DE LAS FUNCIONES Y DE LAS RELACIONES DE JERARQUIA, COORDINACION Y COMUNICACION ENTRE LAS MISMAS

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA = ESQUELETO DE LA EMPRESA

ORGANIGRAMA: REPRESENTACION GRAFICA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA



EMPRESA: CONJUNTO ORGANIZADO DE FUNCIONES PARA LA OBTENCION DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

1.4. VISION ECONOMICA

ECONOMIA: CIENCIA QUE TRATA DE RESOLVER EL PROBLEMA DE LA ASIGNACION DE UNOS RECURSOS ESCASOS PARA LA SATISFACCION DE LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD

EMPRESA: COMBINA DISTINTOS FACTORES EN UNAS CANTIDADES DETERMINADAS PARA LA PRODUCCION DE BIENES Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD

↓

EMPRESA: UNIDAD ECONOMICA BASICA DE PRODUCCION

PRINCIPIOS ECONOMICOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA: CONDICIONES QUE HA DE CUMPLIR LA EMPRESA EN EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD Y QUE HA DE CONTROLAR ESTRECHAMENTE A TRAVES DE SU PERMANENTE OBSERVACION Y MEDIDA

1. <u>PRODUCTIVIDAD</u> $P = \dfrac{\text{PRODUCTOS}}{\text{FACTORES}} = \dfrac{\text{OUTPUTS}}{\text{INPUTS}} = \dfrac{\text{SALIDAS}}{\text{ENTRADAS}}$

Productividad: MIDE EL GRADO DE* EFICIENCIA (productividad) O RENDIMIENTO OBTENIDO POR LA COMPARACION ENTRE PRODUCTOS RESULTANTES Y FACTORES APLICADOS

corregir en los apuntes.
Eficacia: Tratar de observar si se consiguen o no se consiguen los objetivos de la actividad.
Eficiencia: Se preocupa de como se desarrolla la actividad, de la forma en la cual actuamos para conseguir el objetivo (tomando en cuenta el consumo de recursos q. necesitamos pa' ello). Hacer algo tratando de minimizar el esfuerzo, consumo de recursos...

1.A. <u>EFICIENCIA TECNICA</u> $Et = \dfrac{\text{SALIDAS (en un. físicas)}}{\text{ENTRADAS(en un. físicas)}} \leq 1$

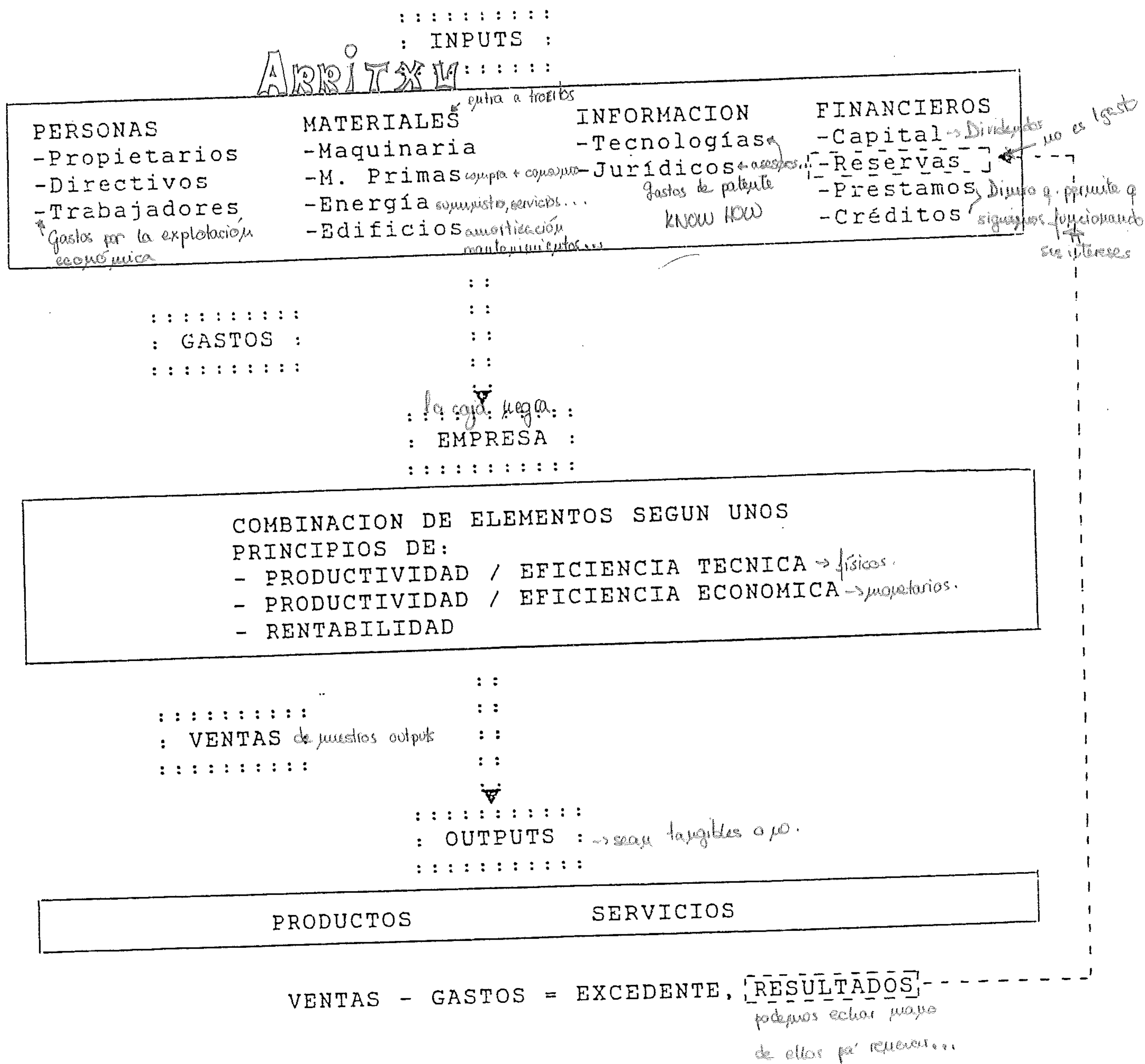
1.B. <u>EFICIENCIA ECONOMICA</u> $Ee = \dfrac{\text{VALOR SALIDAS}}{\text{VALOR ENTRADAS}} > 1$

2. <u>RENTABILIDAD</u> $R = \dfrac{\text{RESULTADOS}}{\text{FONDOS PROPIOS}} = \dfrac{\text{VENTAS - GASTOS}}{\text{CAPITAL + RESERVAS}}$

(Reservas: capital acumulado de los beneficios obtenidos.)

EMPRESA: UNIDAD ECONOMICA DE PRODUCCION QUE COMBINA ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS DE PRODUCTIVIDAD TECNICA Y ECONOMICA Y DE RENTABILIDAD, PARA LA OBTENCION DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

ESQUEMA DE EMPRESA DESDE UNA VISION ECONOMICA



EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

1.5. VISION SISTEMICA

SISTEMA: CONJUNTO DE ELEMENTOS O SUBSISTEMAS INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON UN SISTEMA GLOBAL, QUE TRATA DE ALCANZAR DETERMINADOS OBJETIVOS

↓

UN SISTEMA ES
ESTRUCTURALMENTE DIVISIBLE Y FUNCIONALMENTE INDIVISIBLE

LA EMPRESA ES UN SISTEMA

total / divisible (estructural /) + funcional / indivisible: ninguno de sus elemen-
tos aislados pueden alcanzar todos sus objetivos.

ELEMENTOS O SUBSISTEMAS DE LA EMPRESA :
- ELEMENTOS: Personas, Materiales, Información, Financieros
- FUNCIONES: Comercial, Aprovisionamien, Producción, Financiera, Contable, Social, Dirección

CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA COMO SISTEMA

M.I

en el sistema + amplio q. la engloba.

1. ES UN SISTEMA ABIERTO--> INFLUYE EN SU ENTORNO Y RECIBE INFLUENCIAS DEL ENTORNO

En todo sistema se relacionan entre sí los elementos

2. ES UN SISTEMA QUE PRODUCE SINERGIA--> EL TODO ES SUPERIOR A LA SUMA DE LAS PARTES

SINERGIA: RENDIMIENTO SUPERIOR OBTENIDO POR LA IDENTIFICACION Y APROVECHAMIENTO DE LAS INTERRELACIONES DE LOS SUBSISTEMAS

3. ES UN SISTEMA GLOBAL--> CADA SUBSISTEMA INFLUYE EN LOS DEMAS Y Y SOBRE EL CONJUNTO DEL SISTEMA

4. ES UN SISTEMA AUTOCONTROLADO--> SE CONTROLA Y ADAPTA PARA MANTENER UN EQUILIBRIO DINAMICO

↓

EL RENDIMIENTO DEL SISTEMA EMPRESA DEPENDE DE LA FORMA EN QUE:

- SE INTERRELACIONAN Y COMBINAN LOS SUBSISTEMAS QUE LA COMPONEN
- SE INTERRELACIONA CON EL ENTORNO

"LA EMPRESA ES SUJETO Y OBJETO DE CAMBIO"

EMPRESA: CONJUNTO DE ELEMENTOS O SUBSISTEMAS QUE SE COMBINAN E INTERRELACIONAN ENTRE SI Y CON EL ENTORNO PARA LA OBTENCION DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

"El enemigo amarillo": l japonés.

aunq. tú quieras hacer l cosa muy bien, segura/ hay algo + q. influye. (tienes q. tener en cuenta el entorno p. desarrollar tu actividad)

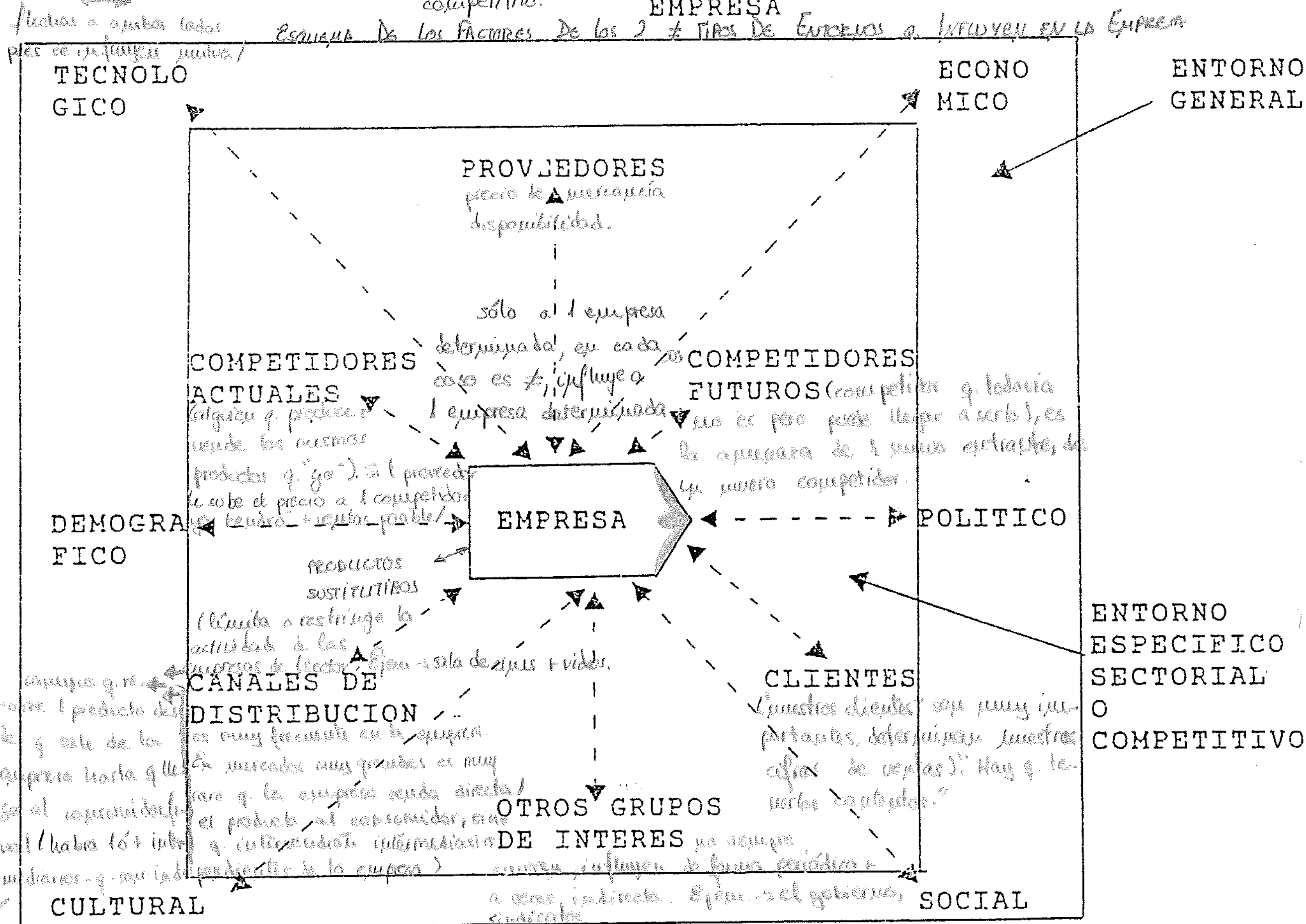
Hay q tener muy presente todos los factores q. pueden influir en tu empresa.

EL ENTORNO DE LA EMPRESA va con la 1.

ENTORNO: CONJUNTO DE TODOS LOS FACTORES EXTERNOS CON LOS QUE LA EMPRESA SE INTERRELACIONA DIRECTA O INDIRECTAMENTE. Hay dos tipos.

TIPOS DE ENTORNO:

- ENTORNO GENERAL (barreras, fronteras): CONJUNTO DE FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN A LA TOTALIDAD DE LAS EMPRESAS Barreras, fronteras.
- ENTORNO ESPECIFICO (sectorial, competitivo): CONJUNTO DE FACTORES EXTERNOS QUE INTERACTUAN EN PARTICULAR CON LA EMPRESA



OBSERVACIONES:
- OTROS GRUPOS DE INTERES: FACTORES QUE INFLUYEN DE FORMA PERIODICA Y A VECES INDIRECTA (Gobierno, Sindicatos, Universidad, Asociaciones, Ecologistas)
- NO SE REPRESENTAN GRAFICAMENTE LAS INTERRELACIONES DE LOS FACTORES EXTERNOS ENTRE SI

CAMBIOS DEL ENTORNO

Empresa: CÓMO LO HACE.
DÓNDE " " .

Muchas han ayudado a mejorar a la mayoría de las empresas.

- SOCIALES:
  - INCORPORACION DE LA MUJER AL TRABAJO
  - INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS
  - ELEVADOS INDICES DE PARO
  - OCIO, TIEMPO LIBRE

- DEMOGRAFICOS:
  - DESCENSO DE LA NATALIDAD
  - MOVIMIENTOS DEMOGRAFICOS TRANSNACIONALES

- CULTURALES:
  - DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE
  - CALIDAD DE VIDA
  - RENACIMIENTO DE LAS ARTES
  - NACIONALISMOS CULTURALES
  - RESURGIR DE LOS VALORES ETICOS, MORALES, RELIGIOSOS

- POLITICOS:
  - NUEVOS PLANTEAMIENTOS DEL PAPEL DEL ESTADO: GRADO DE INTERVENCION, SISTEMA IMPOSITIVO, ESTADO DEL BIENESTAR
  - NUEVAS REALIDADES NACIONALES Y SUPRANACIONALES

- ECONOMICOS:
  - GLOBALIZACION DE LA ECONOMIA
  - PAISES POSTINDUSTRIALIZADOS, INDUSTRIALIZADOS, NUEVOS PAISES INDUSTRIALIZADOS Y EN VIAS DE DESARROLLO

- TECNOLOGICOS:
  - INNOVACIONES TECNOLOGICAS ELECTRONICAS E INFORMATICAS
  - AVANCES DE LA BIOLOGIA, GENETICA
  - DESARROLLO DE NUEVOS MATERIALES
  - ACELERACION DEL RITMO DE LAS INNOVACIONES

EMPRESA: SISTEMA COMPUESTO DE UN CONJUNTO ESTRUCTURADO ORGANIZATIVAMENTE DE FUNCIONES QUE COMBINAN ELEMENTOS HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y DE INFORMACION, INTERRELACIONADOS ENTRE SI Y CON EL ENTORNO, PARA LA OBTENCION, CON ARREGLO A UNOS PRINCIPIOS ECONOMICOS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD, DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE SATISFACEN UNA NECESIDAD DE LA SOCIEDAD, Y QUE TRATA DE ALCANZAR UNOS OBJETIVOS DETERMINADOS.

1.6. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

FIN DE LA EMPRESA : SUPERVIVENCIA A LARGO PLAZO

PARA LA CONSECUCION DE ESTE FIN, LA EMPRESA PUEDE PLANTEARSE DIVERSOS OBJETIVOS

OBJETIVO PRINCIPAL

BENEFICIO = INGRESOS - GASTOS > 0

- CONDICION INDISPENSABLE PARA LA SUPERVIVENCIA A LARGO PLAZO ≠ MAXIMIZACION BENEFICIO COMO UNICO FIN DE LA EMPRESA (objetivo secundario)

- EL NIVEL MINIMO DE BENEFICIO SERA AQUEL QUE CUMPLA:

  BENEFICIO - DIVIDENDOS = 0

  SIENDO LOS DIVIDENDOS = INTERES DEL MERCADO A LARGO PLAZO + + PRIMA DE RIESGO

- SI SE CUMPLE ESTA CONDICION, LA EMPRESA PODRIA SOBREVIVIR A LARGO PLAZO

OBJETIVOS SECUNDARIOS: AQUELLOS CUYA CONSECUCION AYUDARIA A ASEGURAR LA OBTENCION DEL BENEFICIO Y, COMO CONSECUENCIA, LA SUPERVIVENCIA A LARGO PLAZO DE LA EMPRESA

1º CRECIMIENTO: INCREMENTO DEL TAMAÑO O DIMENSION DE LA EMPRESA, DE FORMA QUE AUMENTE SU PODER EN EL MERCADO

- TIPOS DE CRECIMIENTO: (secuencia en las etapas de vida de 1 empresa: de + fácil a + difícil)
  - AUMENTO DE LAS VENTAS EN LOS PRODUCTOS Y MERCADOS ACTUALES (Incremento de ingresos.)
  - PENETRACION EN NUEVOS MERCADOS CON PRODUCTOS ACTUALES (lo q hacemos hoy, en otro sitio.)
  - LANZAMIENTO DE PRODUCTOS NUEVOS EN MERCADOS ACTUALES (Pascual: 1º leche, ahora zumos.)
  - DESARROLLO DE PRODUCTOS NUEVOS PARA NUEVOS MERCADOS. (Todo nuevo. Froitopia "Coca-cola" Radical fruit "Pepsi-cola")

ASI LA EMPRESA PODRIA ALCANZAR Y DETENTAR UNA CIERTA POSICION DE LIDER, LO QUE CONTRIBUIRIA A UN INCREMENTO DEL BENEFICIO (Pretende asegurar + alcanzar el objetivo inicial. con el crecimiento.)

- SU NIVEL DE BENEFICIO SERIA:

BENEFICIO - DIVIDENDO > 0

BENEFICIO - DIVIDENDO = BENEFICIO RETENIDO (→ es lo q. va a reservas.) =AUTOFINANCIACION (→ es muy importante q. exista.)

- CRECER IMPLICA EMPRENDER NUEVAS INVERSIONES QUE HABRAN DE SER FINANCIADAS MEDIANTE: ("PESCADILLA Q. SE MUERDE LA COLA")

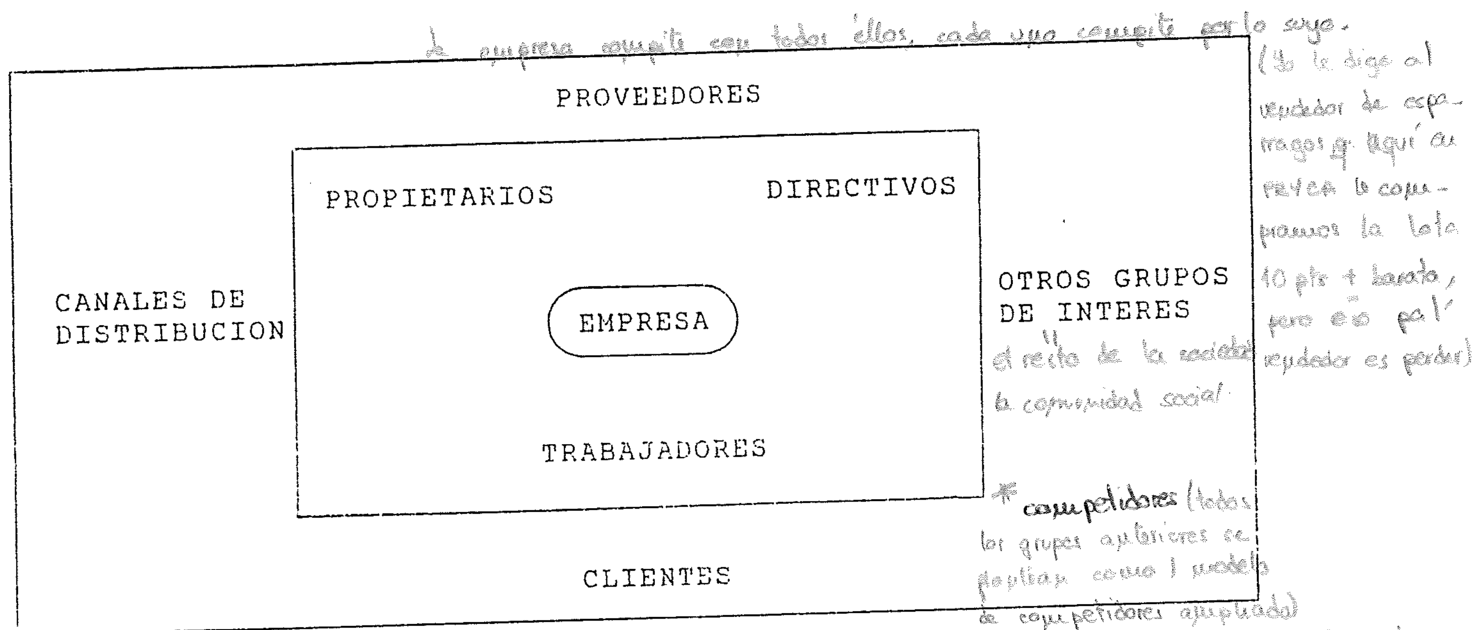
(¿Con q. compramos las máquinas?)
1. APORTACIONES DE CAPITAL
2. NUEVO ENDEUDAMIENTO
3. AUTOFINANCIACION

Y UN CRECIMIENTO SOSTENIDO SOLO SERA POSIBLE SI LA EMPRESA GENERA AUTOFINANCIACION

2º SOCIAL: DESARROLLO EQUILIBRADO DE LA CAPACIDAD DE SUS PARTICIPANTES PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS PARTICULARES, QUE PUEDEN SER CONTRADICTORIOS.

Q. todos los q. participan en la empresa lleguen a conseguir sus objetivos particulares.
Además en muchos casos son contradictorios. → Dependiendo de cómo se da el equilibrio del [illegible]

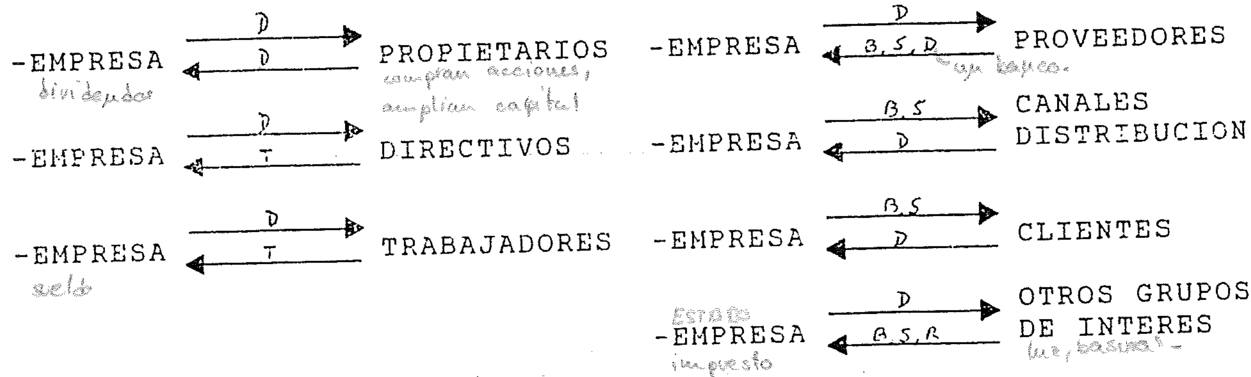
PARTIENDO DE UNA CONCEPCION SISTEMICA DE LA EMPRESA:



Q. pa' conseguir sus objetivos la empresa está peleando.
Al final todos ellos negocian 1 precio. Cuanto + alto sea pa'l proveedor mejor pa' el pero peor pa' la empresa, mayor costes aumentan.

TIPOS DE PARTICIPANTES

TIPOS DE INTERRELACIONES:



D: Dinero; T: Trabajo; B: Bienes; S: Servicios; R: Regulaciones

(no tiene pq. ser dueño) EMPRESARIO: el q dirige.
CAPITALISTA: el q aporta el capital.

1 cosa es ser accionista + otra cosa es controlar la empresa.

OBJETIVOS DE LOS PARTICIPANTES (que pueden presentar contradicciones entre sí):

* EMPRESA
  - Beneficio (es cumplir con el compromiso)
  - Crecimiento

Depende de q. se cumplan o no el resto de los objetivos de las otras personas. → Todo ello en 1 equilibrio.

* PROPIETARIOS (CONSEJO DE ADMINIS.)
  - Dividendos
  - Control (accionista q quiere controlar la empresa, por lo cual es necesario poseer la > parte de la empresa).

* DIRECTIVOS (objetivos)
  - Desarrollo Personal (profesional)
  - Status

* TRABAJADORES
  - Seguridad
  - Retribución
  - Promoción = DINERO FUTURO.

(cuestión de calidad + de cantidad.)

Objetivo 1º. Seguridad.

Importancia no a ganar + sino a ganar algo.

* PROVEEDORES
  - Pago de Compras
  - Colaboración con el Cliente (Hacerse colaborador con él.)

* CLIENTES Y CANALES DE DISTRIBUCION
  - Buena Relación
  - Calidad-Precio (q. el producto se adecue a mis necesidades (las del cliente).)
  - Etica Comercial (q. me den algo q se ajuste para q sea justo.)

* OTROS GRUPOS DE INTERES
  - Asunción de Costes Sociales (la contaminación, especulación urbana)
  - Contribución al Bienestar, Calidad de Vida de la Comunidad (q. las empresas contribuyan a mejorar nuestra calidad de vida, q creen empleos).

Por ahora sólo se da en los grupos + avanzados. Cada vez aceptamos — q. las empresas hagan lo q. les dé la gana. →

es 1 coalición de intereses contrapuestos.

EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA (Beneficio, Crecimiento → Supervivencia a Largo Plazo) DEPENDERA DEL EQUILIBRIO QUE LA DIRECCION DE LA EMPRESA CONSIGA ENTRE LOS OBJETIVOS DE LOS MIEMBROS DE ESTA COALICION DE INTERESES CONTRAPUESTOS.

DE MANERA QUE NINGUNO SE SIENTA AGRAVIADO, YA QUE SI PERDEMOS A UNO SOLO DE ELLOS TARDE O TEMPRANO LA EMPRESA ENTRARA EN CRISIS.

Abastecedores de otros componentes y servicios.
Trabajadores.

— Competencia:
  Competidores frente a clientes.
  Competidores frente a proveedores.

— Componente socio-político:
  Control gubernamental sobre el sector.
  Actitudes políticas frente a la industria y al producto.
  Relaciones con los sindicatos influyentes en el sector.

— Componente tecnológico:
  Necesidades de procesos y tecnologías en el sector de nuevos productos.

Como vemos, el desenvolvimiento de la empresa hacia la consecución de sus objetivos debe considerar que se mueve en un entorno cambiante, siendo el principal problema el análisis de las interrelaciones entre la empresa y su entorno social. Por tanto, el empresario tiene ante sí un reto: el de ir adaptando su unidad económica a los requerimientos de un entorno social cambiante. Su análisis microeconómico queda alterado por el número y características de las variables que pueden influenciar a su empresa y a las decisiones que él mismo adopte respecto a ésta. Pero, a la vez, la empresa debe también considerar las posibles influencias que su actuación puede tener sobre el medio exterior.

4.2. Responsabilidad social de la empresa

Resulta obvio que la empresa moderna, a medida que ha ido desarrollándose, se ha convertido en una fuente de poder e influencia sobre el medio en que se desenvuelve. No sólo se ha convertido en la institución económica más importante, sino también en la mayor fuerza impulsora del cambio social. Pero no cabe duda de que la gran empresa es también responsable de problemas tales como la polución del aire y del agua, la especulación del suelo, la concentración industrial y urbana, etc. Estas actividades son consecuencia de la propia actividad empresarial y, a menudo, no son consideradas por los propios directivos de la empresa como de su incumbencia. El incremento de desarrollo económico y social exige una conjunción entre el beneficio empresarial y el bienestar humano y social[3].

Desde un punto de vista histórico, la sociedad ha exigido que la empresa fuera eficiente en la obtención de bienes y servicios, es decir, que consiguiera una producción concreta con el menor empleo posible de recursos. Sin embargo, en la época actual, el ciudadano se interesa no sólo por el crecimiento del Producto Nacional, sino también por el contexto económico-social en que surge dicho producto. De esta forma, aparece una creciente preocupación, no sólo por los

[3] V. D. Musselman y E. H. Hughes, *Introduction to Modern Business. Analysis and Interpretation*, Prentice-Hall, Nueva Jersey, 1973, pág. 35.

costes de producción, sino también por aquellos costes que no son soportados por la empresa y son trasladados a la colectividad en su conjunto. Por ejemplo, si una Papelera instala un avanzado sistema de depuración de residuos, incrementa sus costes por encima de los de la empresa que lanza sus residuos al exterior sin ningún tratamiento. El coste de la contaminación del medio ambiente incide, en el primer caso, sobre la empresa que utiliza mecanismos preventivos de la contaminación, y, en el segundo, la empresa traslada a la colectividad su responsabilidad. En estos casos se habla de costes sociales, es decir, de costes derivados de las actividades de un sujeto económico (empresa) que son soportados por la sociedad en su conjunto.

La polémica surge cuando se trata de analizar el grado de responsabilidad de la empresa en el fenómeno. Un estudio conocido del Comité para el Desarrollo Económico[4] estima que existen tres círculos concéntricos que representan diferentes niveles de compromiso ante el problema.

El círculo más estrecho incluye únicamente las responsabilidades básicas por el ejercicio eficiente de la función económica: producción, empleo y crecimiento económico.

El círculo intermedio acompaña la responsabilidad del ejercicio de la función económica con una atención al cambio de valores y prioridades sociales: por ejemplo, respecto a la conservación del medio ambiente; relaciones laborales; y unas mayores expectativas de información a los consumidores, seriedad en los contratos y protección frente a los accidentes.

El círculo más amplio se relaciona con nuevas y aún poco definidas responsabilidades que la empresa debe asumir para vincularse más activamente en el cambio del entorno social. La sociedad empieza a dirigirse a las grandes empresas en demanda de ayuda en problemas tan importantes como la pobreza y cuestiones urbanas.

La realidad es que las empresas se debaten en la actualidad entre el enfoque restrictivo y el enfoque intermedio. El problema que se discute es si las empresas deben dedicar esfuerzos a programas dedicados a mejorar su entorno físico y social. Esta cuestión surge —como afirma Ackoff[5]— únicamente cuando estas actividades suponen una reducción de los beneficios de la empresa, ya que en caso contrario la respuesta es afirmativa. Sobre esta cuestión se pueden distinguir las siguientes posturas[6]:

1. Enfoque negativo: se oponen a un incremento en la responsabilidad de la empresa y, también, a una mayor intervención estatal. Esta postura ha sido defendida por Milton Friedman: «Hay una y sólo una responsabilidad en las empresas: usar sus recursos en actividades dirigidas a incrementar sus beneficios lo máximo posible dentro de las reglas del juego, lo que supone comprometerse a una competencia libre y limpia exenta de engaños y fraude»[7].

[4] Committee for Economic Development, *Social Responsabilities of Business Corporations*, Nueva York, 1971, pág. 15.
[5] R. L. ACKOFF, *Redisigning the Future*, Wiley, Nueva York, 1974, pág. 56.
[6] Sobre este punto seguimos a R. L. ACKOFF, *Redisigning..., op. cit.*, págs. 56-66.
[7] M. FRIEDMAN, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago, 1962, pág. 133.

2. Enfoque favorable: frente a la postura anterior, los autores que defienden este enfoque estiman que un mayor compromiso de la empresa con la sociedad puede incrementar los beneficios a largo plazo, e incluso a corto plazo. Ello se justifica mediante razonamientos tales que como el accionista participa también del entorno, todo lo que vaya dirigido a su mejora reporta también unos beneficios para él. También se ha planteado el efecto favorable que estas medidas tienen respecto a la opinión pública, lo que se traducirá en unas mayores ventas y un incremento indirecto en los beneficios.

La crítica que se puede realizar frente a estos planteamientos es que intentan justificar la actividad de la empresa mediante un incremento en los beneficios, incluso reconociendo la casi imposibilidad de su medición. El problema estriba en aceptar que la empresa persiga el objetivo de maximizar el beneficio, tanto para ella (beneficio del ejercicio) como para sus accionistas.

3. Enfoque intermedio: los dos planteamientos anteriores se basan en el objetivo de maximizar el beneficio. Sin embargo, y como veremos con mayor detalle en el capítulo 8, no todos los autores están de acuerdo en aceptar dicho objetivo. Los accionistas no son las únicas personas que intervienen en la empresa y autores como Igor Ansoff[8], establecen que la empresa debe obtener su objetivo como consecuencia de una negociación entre los intereses de sus componentes. Así, si el beneficio se relaciona con los accionistas, hay que buscar también cuáles son los intereses de los directivos, trabajadores, clientes, proveedores y comunidad social en donde está situada la empresa.

Desde esta perspectiva, las acciones dirigidas a mejorar el medio ambiente van dirigidas hacia una de las partes interesadas en la empresa: la comunidad social. Por ello, estarían justificadas estas actividades al igual que las tendentes a mejorar las retribuciones de los accionistas, de los trabajadores, o a defender la calidad del producto que reciben los clientes. Se puede justificar la remuneración de los trabajadores en función del trabajo aportado, la de los accionistas en función del capital y, análogamente, la de la comunidad social en función del riesgo cada vez creciente que conllevan las actividades industriales sobre la comunidad social en que se ubican.

Evidentemente, de los enfoques anteriormente expuestos es el primero el que tiene mayor aceptación en la práctica, siendo minoritarias las empresas que presentan un cierto compromiso con las repercusiones de sus actividades en la colectividad.

Dentro de esta polémica, es importante destacar que al igual que la empresa traslada algunos costes hacia la colectividad, como antes exponíamos al aludir a los costes sociales, también percibe unas determinadas ventajas o economías externas procedentes de la sociedad. Efectivamente, la comunidad social proporciona reducciones de costes a la empresa al asegurarla unas dotaciones de infraestructura, unos servicios jurídicos, una población con un cierto grado de capacitación para desempeñar el trabajo, etc. En suma, un conjunto de economías externas que le permiten realizar de una manera más eficiente su actividad. La existencia

[8] Véase I. ANSOFF, *Corporate Strategy*, Penguin Books, Middlesex, 1971.

de las economías externas aludidas puede ser otra vía para justificar una responsabilidad de la empresa respecto a la comunidad con la que se relaciona.

Un instrumento utilizado por la empresa como medio de respuesta y de justificación de su responsabilidad social es la elaboración del llamado «balance social» o «informe social», documento de difícil definición, pero que intenta elaborar una información de base social, complementaria a la contenida en las cuentas anuales y memoria de fin de ejercicio. Este «balance» o «informe» pretende ser tanto un medio de información que permita un diálogo y entendimiento con los grupos económicos y sociales de su entorno, como a la vez ser un instrumento de relaciones públicas y de gestión para la empresa. En uno u otro caso, es claro que la empresa desea informar y darse a conocer a su medio social, a la vez que hacer balance de las aportaciones, de los programas, de los resultados, en definitiva, de las economías o deseconomías externas que produzca[9].

4.3. Factores económicos que influyen en la empresa

Dentro del entorno de la empresa queremos destacar por su importancia los factores estrictamente económicos. Siguiendo una publicación de la Organización Internacional del Trabajo[10], los factores económicos que influyen en la empresa podemos clasificarlos, en primer lugar, según que tengan su origen en el ámbito de la economía nacional o en la evolución de la economía internacional. Y dentro de los primeros, deslindaremos los de carácter permanente de los de carácter temporal.

4.3.1. Factores económicos permanentes

Estos *factores*, con origen en la economía nacional, pueden sintetizarse en los siguientes:

1. *Nivel general de la actividad económica*

Del conjunto de elementos que influyen en la actividad de un país, debemos resaltar aquellos que más relevancia tengan para la empresa.

Las dimensiones del mercado nacional: Es evidente que según cuál sea el tamaño del mercado los métodos de producción diferirán, con la correspondiente repercusión en el nivel de costes de la empresa. En otras palabras, las economías de escala no aparecen en todos los mercados, sólo surgen en la medida en que los mercados van agrandándose, lo cual exigirá mayores niveles de inversiones, que repercutirán en un control cada vez mayor del mercado, y así sucesivamente. De esta manera se habrá pasado de un sistema de competencia perfecta a un mercado imperfecto basado en la existencia de monopolios y oligopolios.

---

[9] Para una más completa comprensión del contenido y posibilidades del «balance social» puede consultarse el número monográfico sobre el mismo, publicado por «Cuadernos Universitarios de Planificación Empresarial», vol. VI, núm. 3, 1980.

[10] Oficina Internacional del Trabajo (OIT), *La Empresa y los factores que influyen en su funcionamiento*, Ginebra, 4.ª edición, diciembre 1971.